

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	24
1.7 Langkah-Langkah Penelitian	28
1.8 Sumber Data.....	29
1.9 Teknik Pengumpulan Data.....	29
BAB II PR DAN MARKETING PR	33
2.1 Definisi Public Relations	33
2.1.1 Peran Dan Fungsi Public Relations.....	48
2.1.2 Fungsi Public Relations	50
2.2 Marketing Public relations.....	53
2.2.1 Peran Marketing Public Relations	62
2.2.2 Proses Dan Aspek Perencanaan, Implementasi, Evaluasi (PIE)	64
2.2.3 Pengertian Produk.....	70
BAB III PROSES MANAJEMEN MARKETING PUBLIC RELATIONS	74
3.1 Gambaran Objek Penelitian	74

3.1.2 Sekilas Tentang Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat Dan Banten	78
3.1.3 Visi Perusahaan.....	83
3.1.4 Misi Perusahaan	83
3.1.5 Tata Nilai Perusahaan	83
3.1.6 Produk Perusahaan.....	84
3.1.7 Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM).....	87
3.1.8 Logo Perusahaan.....	89
3.1.9 Struktur Organisasi Humas	91
3.1.10 Struktur Organisasi Perusahaan	92
3.2 Profil Informan.....	93
3.3 Hasil Penelitian	94
3.3.1 Perencanaan Marketing Public Relations Perum Perhutani.....	94
3.3.2 Implementasi Marketing Public Relations Perum Perhutani	101
3.3.3 Evaluasi Marketing Public Relations Perum Perhutani	106
3.4 Pembahasan.....	108
3.4.1 Proses Perencanaan Marketing Public Relations	108
3.4.2 Proses Implementasi Marketing Public Relations	115
3.4.3 Proses Evaluasi Marketing Public Relations	121
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	123
4.1 Kesimpulan	123
4.2 Saran-Saran	124